

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA
UNIR *CAMPUS* DE CACOAL
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ENGENHARIA DE
PESCA E AQUICULTURA

JANAINA RIBEIRO GIARETTA CHEREGATTO

A DVA COMO INSTRUMENTO DE VALOR NA RESPONSABILIDADE
SOCIAL EMPRESARIAL

Trabalho de Conclusão de Curso

Artigo

Cacoal, RO
2009

JANAINA RIBEIRO GIARETTA CHEREGATTO

**A DVA COMO INSTRUMENTO DE VALOR NA RESPONSABILIDADE
SOCIAL EMPRESARIAL**

Artigo Curso apresentado à Fundação
Universidade Federal de Rondônia, *Campus*
de Cacoal, como requisito parcial para
obtenção do Título de Bacharel em Ciências
Contábeis,

Orientador: Professor Charles Carminati de
Lima.

**Cacoal, RO
2009**

A DVA COMO INSTRUMENTO DE VALOR NA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Por

JANAINA RIBEIRO GIARETTA CHEREGATTO

Artigo apresentado à Fundação Universidade Federal de Rondônia, Curso de Ciências Contábeis, para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, mediante a Banca Examinadora, formada por:

Presidente

Profº Es. Charles Carminati de Lima – Orientador/UNIR

Membro

Profº Ms. Wellington Silva Porto – UNIR

Membro

Profa. Ms. Estela Pitwak Rossoni - UNIR

**Cacoal, RO
2009**

A DVA COMO INSTRUMENTO DE VALOR NA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Janaina Ribeiro Giaretta Cheregatto¹

RESUMO: Esta pesquisa busca apresentar a Responsabilidade Social Empresarial como fator principal para a elaboração e publicação da Demonstração do Valor Adicionado (DVA) da qual está contida em um dos elementos do Balanço Social. Enfoca, inicialmente, a evolução gradativa da Responsabilidade Social nas organizações diante do mundo até a sua chegada ao Brasil, por volta da década de 1960 e suas mudanças na mentalidade humana, principalmente na busca do ser socialmente responsável, até tornar-se uma exigência da própria sociedade, tais como: o bem-estar social e a preservação do meio ambiente. Como uma forma de resposta, a esta busca incessante, surge em alguns países, o Balanço Social até então, publicado de forma voluntária e somente após o surgimento de Leis passou a ser uma obrigatoriedade. Já no Brasil, algumas empresas que publicavam, também, de maneira voluntária tal relatório. Neste contexto, segundo a Lei Federal nº. 11.638 de 28 dezembro de 2007, torna obrigatória a elaboração e a publicação da Demonstração do Valor Adicionado, que conseqüentemente obriga a divulgação do Balanço Social, pois neste encontra-se, por meio de um apêndice a Demonstração do Valor Adicionado. A DVA tem por objetivo demonstrar a riqueza e a distribuição de valores aplicados de cunho social nas entidades, apresentando como a riqueza de uma empresa é gerada e distribuída proporcionalmente aos seus *stakeholders*. Procura-se, através de análise de dados hipotéticos, destacar a importância do profissional contábil para analisar e elaborar tais relatórios.

Palavras chave: Demonstração do valor adicionado. Informação. Responsabilidade social.

INTRODUÇÃO

Considerando que a Responsabilidade Social, no contexto atual, é um requisito cada vez mais exigido no processo de inserção das organizações na sociedade, este tema torna-se um fator de suma importância na elaboração de seus objetivos e planejamentos estratégicos.

O objetivo do trabalho é relatar a importância da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) na elaboração da Demonstração do Valor Adicionado (DVA) disposta na Lei Federal nº. 11.638 de 28 de dezembro de 2007 em seu artigo nº. 176, onde sua publicação passa a ser obrigatória. É inegável que um maior comprometimento corporativo social tente agregar valor às operações da empresa, logo é de grande importância a existência de uma ferramenta que permita avaliar o grau de comprometimento da empresa com o saneamento

¹ Graduando em Ciências Contábeis pela Fundação Universidade Federal de Rondônia - UNIR, *Campus* de Cacoal, sob a orientação do Profº. Charles Carminati de Lima.

dos problemas sociais, A DVA tem sido apontada como um dos mais significativos instrumentos a ser incorporado no leque das demonstrações financeiras obrigatórias. Esta pesquisa busca explicar, de uma forma clara, a estruturação da DVA, para assim demonstrar com ética e responsabilidade a distribuição da riqueza dos *stakeholders*.

A metodologia aplicada para a realização deste trabalho, de cunho teórico, está fundamentada numa análise histórico-descritiva, por meio de pesquisa bibliográfica em livros, revistas, artigos e *sites na internet*.

O presente trabalho está estruturado em 6 capítulos, sendo o primeiro a Introdução, relatando os objetivos da pesquisa e a análise sobre a Demonstração do Valor Adicionado.

O capítulo dois apresenta a Responsabilidade Social no Mundo e no Brasil, seu conceito e principais objetivos de sua elaboração. No capítulo três se apresenta a Lei 11.638/07, e o surgimento da Demonstração do Valor Adicionado (DVA). O capítulo quatro trás esclarecimentos sobre a Demonstração do Valor Adicionado como demonstrativo econômico social, sua estrutura e obrigatoriedade de apresentação. No capítulo cinco se apresenta considerações sobre a DVA como instrumento de auxílio na Responsabilidade Social Empresarial (RSE). E no capítulo seis se trabalha considerações finais sobre a pesquisa, enfocando a importância do profissional contábil na elaboração deste demonstrativo tão importante para a contabilidade moderna e para a distribuição da riqueza azidental além de sua importância social na demonstração do destino dos recursos aplicados na melhoria da cidadania, na capacitação profissional, nas políticas de geração de renda e de melhoria de vida, oriundas dessa ação proativa de responsabilidade social.

1 A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

O século XVIII (RODRIGUES, 2007) é tido como marco histórico à Responsabilidade Social Empresarial (RSE), a visão sobre esse assunto era incorporar aos negócios com foco único maximização de lucros, esse obtido após ter-se cumprido todas as obrigações impostas às empresas (pagar tributos, gerar empregos). Nesse modelo de gestão não existe preocupação com o social e, muito menos, com ambiental, era centrado à eficiência dos resultados quantitativos.

As consequências como decorrência natural dessa busca incessante pelo crescimento foram danos sociais retratados por meio de condições de trabalho precárias e impactos ambientais negativos, os quais possibilitavam padrões elevados de desempenho favoráveis à empresa e desfavoráveis aos funcionários. (RODRIGUES, 2007).

Ashley (2005, p. 45) acrescenta que a Responsabilidade Social até o século XIX era aceita como doutrina nos Estados Unidos e Europa onde o direito de conduzir negócios de forma corporativa era prerrogativa do Estado ou da Monarquia e não um interesse econômico privado.

As empresas, nesse período, não tinham autonomia na condução de seus negócios, pois o privilégio era do Estado, o qual exigia a aquisição de alvarás de sua emissão, para que pudessem exercer as atividades onde vinculava questões de benefícios públicos fundamentadas em prestação de serviços, como transportes e infra-estrutura.

Rodrigues (2007) pontua que ser socialmente responsável, naquela época, era apenas manter a empresa aberta, tendo como objetivo realização de lucros e sem preocupar-se com possíveis danos ambientais à sociedade. Já para Ashley (2005), a Responsabilidade Social, até o século XIX, era vista como imposição do Estado, pois as empresas não tinham autonomia de seus negócios.

A idéia da Responsabilidade Social Empresarial, de acordo com Ashley (2005), torna-se evidente no início do século XX, com o julgamento do caso Henry Ford (presidente e acionista majoritário da empresa *Ford Motor Company*) versus John e Horace Dodge (grupo de acionistas), quando aquele resolveu distribuir os dividendos a objetivos sociais, voltando-se para os investimentos na capacidade de produção, aumento de salários a seus funcionários e melhores condições de trabalho; buscando assim, o bem-estar social. Essa atitude de Henry Ford veio a público e ocasionou muitos ataques, pois até então, tinha-se a noção de que a corporação deve responder apenas a seus acionistas. Dessa maneira, a Suprema Corte de Michigan favoreceu aos Dodges, afirmando que as corporações existem para o benefício de seus acionistas e os diretores precisam garantir o lucro, não podendo usá-lo para outros fins” (ASHLEY, 2005, p.45).

A reversão a esses fatos começa aparecer após os efeitos da “Grande Depressão” e da “Segunda Guerra Mundial”, onde a idéia de que as empresas deveriam responder apenas aos seus acionistas passou a receber críticas das Cortes Americanas.

Os efeitos da Grande Depressão ocasionaram, em diversos países do mundo, altas taxas de desemprego, quedas drásticas do Produto Interno Bruto PIB), bem como quedas na

produção industrial e nos preços de ações. Nesse período, para amenizar esses efeitos, surgiu uma série de medidas conhecidas como *New Deal* a qual culpou especificamente as empresas pelos problemas do país e definiu assuntos tais como direitos civis e responsabilidade ambiental como sendo questões éticas que as empresas deveriam resolver (FERRELL et al., 2001, p.9).

Poucos anos após o fim da Segunda Guerra Mundial, houve outro julgamento tornando-se público à questão da Responsabilidade Social, o caso *A. P. Smith Manufacturing Company versus Barlow*, porém desta vez a decisão da Suprema Corte de Nova Jersey foi diferente. Favoreceu a doação de recursos para a Universidade de *Princeton*, contrariando os interesses dos grupos de acionistas. A partir disso, as Cortes Americanas começam a tomar várias decisões favoráveis às ações filantrópicas das organizações (ASHLEY, 2005).

Sob a ótica de Silva e Torres Júnior (2007) e Sair da Casca (2009) no final dos anos 60, em plena Guerra do Vietnã, a população exige uma nova postura ética das empresas, porque durante a guerra utilizou-se de armamentos sofisticados prejudicando o homem e o meio ambiente e a discriminação de raça e sexo no emprego. Os movimentos de consumidores ocorreram através de boicotes aos serviços ligados à guerra e ações de força contra algumas empresas, tal como exemplo, o boicote à *General Motors*, onde a população reivindicava segurança e proteção dos seus automóveis, que levou ao encerramento da fábrica e a criação de diversas leis de proteção e segurança ao consumidor e posteriormente estendeu-se aos fabricantes de veículos.

Em 1965, no Brasil, os primeiros movimentos de Responsabilidade Social deram início com a “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, publicada pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE) a qual contribuiu para a mudança de mentalidade empresarial. Porém, somente em 1990 que as empresas, por decorrência da Conferência RIO-1992, voltaram-se às ações sociais em relação à comunidade, meio ambiente e funcionários. (PASSADOR, 2002).

Em 1996, o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, fundador do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), lança uma campanha convocando os empresários a um maior engajamento social, apresentando idéia de elaboração e publicação do Balanço Social Brasileiro.

O tema percorre o meio empresarial e, em 1998, surge o Instituto Ethos – Empresas de Responsabilidade Social, que ajudou as empresas na elaboração de materiais que compreendessem e incorporassem em seu cotidiano o conceito de Responsabilidade Social.

Passador (2002) acredita que:

[...] o Brasil econômico continua muito distante do Brasil social [...], pois sua cultura é marcada “[...] pela polarização social crescente, desintegração social e violência”. Porém, “[...] percebe-se também que a Responsabilidade Social é um conceito em construção [...]” e pontua que “[...] suas práticas já podem ser observadas no comportamento empresarial brasileiro. (PASSADOR, 2002, p.2).

Nota-se que desde o decorrer da história que a Responsabilidade Social Empresarial vem evoluindo gradativamente, pois o que era, a princípio, uma obrigação do Estado, passa a ser de interesse privado e também se torna uma exigência da sociedade.

Na abrangência do ser socialmente responsável, percebe-se que as organizações conduziam seus negócios com um único intuito: obter lucro, não que o lucro tenha deixado de ser o fator principal é que, atualmente, diante de tantas exigências da sociedade, tais como: o bem-estar social e a preservação do meio ambiente, estão se convencendo de que, para o seu negócio sobreviver terão de agir de forma ética e responsável. (BRANDT, 2002, p. 29)

Nesta visão, nota-se que as empresas vêm amadurecendo junto com a sociedade, buscando que a elaboração de seus produtos seja de forma responsável desde a extração da matéria-prima até a devolução dos produtos ao meio ambiente.

De acordo com Ashley (2005, p. 3), [...] ética, cultura e valores morais são inseparáveis de qualquer noção de responsabilidade empresarial [...].

Visto que a ética, na idéia de Moreira *apud* Brandt (2002) “é o estudo das avaliações do ser humano em relação às suas condutas ou às dos outros. Essas avaliações são feitas sob a ótica do bem e do mal, de acordo com o critério que geralmente é ditado pela moral”.

Neste contexto, ética é à base da Responsabilidade Social, que expressa a realização de um tipo de comportamento, onde esclarece os atos morais ocasionados pelo homem diante da sociedade.

Assim sendo, Brandt (2002, p.33) define a Responsabilidade Social como sendo uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social.

Uma empresa deve trazer para si valores e comportamentos éticos que devem ser adotados desde a gerência até seus colaboradores. Deve também gerar lucro por meio de

condutas éticas e ajudar a melhorar, como uma forma de resposta, a sociedade da qual obtém lucro.

A Responsabilidade Social é vista por muitas empresas como ações filantrópicas que geram benefícios em curto prazo para a comunidade. O Instituto Ethos reforça que:

O conceito de responsabilidade social é amplo, referindo-se à ética como princípio balizador das ações e das relações com todos os públicos com os quais a empresa interage. A questão da responsabilidade social vai, da prática filantrópica ou de apoio à comunidade. Significa mudança de atitude numa perspectiva de gestão empresarial, com foco na qualidade das relações e na geração de valor para todos (ETHOS, 2009).

Segundo Melo Neto e Froes (2001) a filantropia é tida como uma “simples doação”, já a Responsabilidade Social é considerada uma “ação transformadora”.

Na ação filantrópica, o foco da empresa não é voltado aos seus negócios, é vista basicamente como uma ação social e voluntária, ou seja, seu fomento é a caridade e sua decisão é individualista, de modo que dispensa o gerenciamento para a tomada de decisões.

A Responsabilidade Social Empresarial é voltada para a cadeia de negócios da empresa, onde busca entender e incorporar aos negócios a valorização da cidadania promovendo a inclusão social e restaurando a civilidade do meio da qual está inserida, isto é, uma ação coletiva que envolve acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente, onde a decisão é extensiva a todos em geral.

A filantropia é individualizada, pois a atitude e a ação são do empresário. A Responsabilidade Social é uma atitude coletiva e compreende ações de empregados, diretores e gerentes, fornecedores, acionistas e até mesmo clientes e demais parceiros de uma empresa. É, portanto, uma soma de vontades individuais e refletem um consenso. (MELO NETO; FROES, 2001,p.28).

Verifica-se que, Responsabilidade Social é um processo onde envolve toda a sociedade, num âmbito do qual ocasiona melhorias da qualidade de vida do ser humano e do meio em que vive.

Cabe ressaltar que a Responsabilidade Social Empresarial é essencial para a empresa definir, primeiramente, três elementos: foco de atuação, estratégia e papel.

[...] responsabilidade social é a escolha do seu principal foco de atuação (meio ambiente, cidadania, recursos humanos, etc.), estratégia de ação (negócios, marketing de relacionamento, marketing institucional, etc.) e papel principal (difusora de valores, promotora da cidadania, capacitadora, formadora de novas consciências, disseminadora de reconhecimentos, etc.) (MELO NETO e FROES, 2001, p. 42).

Conforme este raciocínio, a empresa antes de praticar a Responsabilidade Social Empresarial é necessária a verificação do ambiente do qual o negócio está inserido e seus recursos para gerar a sustentabilidade, analisar sua estratégia de marketing, de modo, que venha auxiliar no bem-estar social e ajudar na formação de novas consciências e reconhecimentos do papel da empresa junto com a sociedade.

De acordo com Melo Neto e Froes (2001), as ações da empresa socialmente responsável, “são extensivas a todos os que participam da vida em sociedade – indivíduos, governo, empresas, grupos sociais, movimentos sociais, igreja, partidos políticos e outras instituições”, dos quais são conhecidos como *stakeholders*.

Terminologicamente, o significado de *stakeholders* não tem tradução literal para a língua portuguesa, este termo relaciona-se com o sentido de identificar grupos que atuam direta ou indiretamente sobre as organizações, dessa maneira, podendo influenciar mutuamente na escolha da estratégia a ser implementada na tomada de decisão organizacional. (MARTINS, 2008).

Para Guedes *apud* Lourenço e Schroder (2008, p.16), quando uma empresa age com Responsabilidade Social, obtêm melhores resultados perante os seus *stakeholders*.

Quando uma empresa atua com Responsabilidade Social aumenta o seu relacionamento com diversos públicos relevantes (clientes atuais e em potencial, opinião pública, acionistas, investidores, fornecedores funcionários, governo), aumenta a exposição positiva em mídia espontânea onde seus produtos, serviços e marca ganham maior visibilidade e possível aceitação.

Sendo assim, os *stakeholders* são as maneiras com que as empresas obtêm respostas, das quais poderão influenciar no processo decisório da organização, fazendo com que a empresa amadureça e, desta forma, mostrando ao mundo sua parcela de Responsabilidade Social junto à sociedade em que vive.

1.1 O Surgimento do Balanço Social

As primeiras manifestações sobre o Balanço Social se dão no decorrer do século XX. A publicação do Balanço Social, embora não obrigatória, inicia-se na Alemanha em 1939 pela companhia AEG; nota-se que após esta publicação, cerca de 140 empresas seguiram o mesmo caminho. (PINTO, 2002, p. 89).

De Luca *apud* Cunha e Ribeiro (2007, p. 138) cita que na década de 1960, durante a Guerra do Vietnã, houve na França, Alemanha e Inglaterra o surgimento de movimentos sociais que provocaram o repúdio da população e a partir disto começaram a exigir que as empresas tivessem maior responsabilidade social e que divulgassem suas informações socioeconômicas juntamente com seus relatórios contábeis.

Desse modo, a França, em 12 de julho de 1977, se destaca por ser o primeiro país que cria a Lei de Balanço Social, onde obrigava as empresas que possuíam mais de 300 empregados a elaborarem o Balanço Social. (CAETANO e FISTAROL, 2004, p.11).

Embora muitos países europeus não possuíssem esta legislação, a elaboração do Balanço Social cresceu, conforme descrito por Pinto (2002), na Espanha, por exemplo, houve interesse, principalmente entre as instituições financeiras.

Decorrentes dos movimentos sociais surgidos, durante a história do Balanço Social, propiciaram que as empresas demandassem mais Responsabilidade Social a partir do que, posteriormente se tornou uma obrigatoriedade, entre todos os países europeus a publicação e elaboração do Balanço Social.

1.2 O Balanço Social no Brasil

No Brasil, a idéia e a discussão do Balanço Social caminharam lentamente até a metade da década de 1970, onde suas "[...] principais manifestações estavam concentradas no Estado de São Paulo [...]", onde se localizavam as maiores organizações empresariais do país. (FREY e FREY, 2005, p. 37).

Porém, segundo Silva e Freire (2001), ocorreu na Bahia, em 1984, a publicação do primeiro relatório de cunho social do país, elaborado pela empresa estatal Nitrofétil. Tal relatório apresentava o desenvolvimento da empresa e sua participação realizada no âmbito social, do qual, posteriormente, recebeu o nome de Balanço Social da Nitrofétil.

Em 1992, o Banco do Estado de São Paulo (Banespa) elaborou um “relatório completo, denominado *Balanço Social do Banespa*”, divulgando também as “ações realizadas” que foi publicado em 1993. (SILVA e FREIRE, 2001).

Esse foi um importante período de consolidação da mudança de mentalidade de parcela expressiva do empresariado nacional, em que a visão de um capitalismo de cunho social, que busca maior negociação com amplas parcelas dos trabalhadores, está cada vez mais atenta aos problemas ambientais e sociais; e tem, de maneira crescente, levado em consideração a questão da ética e da responsabilidade social e ambiental na hora de tomar decisões. (SILVA e FREIRE, 2001, p.21)

A questão Ética e de Responsabilidade Social sobre a publicação do Balanço Social como forma voluntária no Brasil pelas empresas privadas envolveu diversos projetos e discussões sobre a efetividade ou não desse relatório.

Porém, no final de 2007, com a publicação da Lei Federal 11.638, (artigo 176), o Balanço Social torna-se obrigatório às empresas de grande porte, com a publicação de suas Demonstrações Contábeis a partir de março de 2009, de forma indireta, quando essa institui a divulgação da Demonstração do Valor Agregado ou Adicionado (DVA).

Conforme Iudícibus, Marion e Pereira (2003, p. 30) Balanço Social é:

Relatório que contém dados, os quais permitem identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, à participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

“Balanço Social é um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, de forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desempenho das entidades aos mais diferenciados usuários [...]”. (TINOCO, 2001, p.14).

De Luca (1998, p. 23) complementa que o Balanço Social é um instrumento do qual permite avaliar os resultados obtidos durante um determinado exercício em relação com a empresa e a sociedade.

Assim, o Balanço Social é um conjunto de dados expressos em um único relatório que permite evidenciar as informações sócio-econômicas de uma organização do qual, através de sua publicação nos diversos meios de comunicação, torna-se disponível aos *stakeholders*, cabendo a estes analisar e avaliar os recursos aplicados, por meio de suas ações, os resultados ocorridos entre a empresa e a comunidade.

2 BALANÇO PATRIMONIAL E A LEI 11.638 DE 2007.

O Balanço Patrimonial é demonstração que aponta a real situação financeira da empresa. Nele é evidenciado as despesas e as receitas que houve durante o ano, sendo assim obtido o resultado do exercício da empresa no período de 01 de janeiro a 31 de dezembro.

O balanço patrimonial pode ser dividido em ativo, passivo e patrimônio líquido.

No ativo estão situadas as contas que representam os bens e direitos. Os bens são aqueles que a empresa adquiriu para o desempenho de suas funções; como máquinas, terrenos, ferramentas, etc. Os direitos são as contas a receber de terceiros, são os chamados “títulos a receber”, que são bens e serviços prestados mediante a boa fé confiando notas promissórias, cheques, etc.

No passivo estão as contas que representam os recursos de terceiros, que são colocados na empresa, às obrigações, dívidas, ou seja, tudo aquilo que a empresa deve, e o patrimônio líquido. É nessa conta que evidencia a parte já pertencente aos donos da empresa, o chamado capital social da empresa.

No patrimônio líquido é a diferença entre o ativo e passivo no balanço patrimonial.

Reis (2003, p. 9) define que:

“O patrimônio é apresentado em um demonstrativo denominado Balanço Patrimonial, no qual são mostradas as aplicações efetuadas em “bens” e direitos” no (ativo) e as origens dos recursos que possibilitaram a aplicação nos bens e direitos do ativo (no passivo).

O balanço patrimonial é considerado a forma de evidenciar o patrimônio da entidade, e a demonstração onde é possível visualizar a situação financeira da entidade.

Através do BP são percebidas as variações que ocorreram em um determinado período no patrimônio da empresa ou organização. Vale ressaltar também, que a elaboração do mesmo é de grande responsabilidade do contador, pois os dados devem ser verídicos, pois a partir dessa demonstração, peça fundamental no processo de elaboração dos relatórios da administração, e também onde pode observar a evolução de forma quantitativa e qualitativa da entidade.

Para simplificar, o Balanço Patrimonial é uma demonstração, onde estão expostas todas as informações para o administrador e acionistas sobre a entidade, e onde está exposta

cada movimentação da empresa, pois para cada conta existe uma contra partida e o seu devido registro.

No Balanço Patrimonial pode-se observar que cada grupo está relacionado a um tipo de movimentação dentro da entidade, e essa subdivisão favorece o contador e administrador ou diretor, pois pode ter uma ampla visão para tomadas de decisões mais significativas e para um melhor entendimento de como isso pode ocorrer.

2.1 As alterações no Balanço Patrimonial de acordo com a lei 11.638/07

Como pode ser mais bem explicada na estrutura a seguir, as alterações no balanço patrimonial, em relação à lei 11.638/07 com a lei 6.404/76 foram bastante significativas.

Segundo a lei 6.404/76, no ativo as contas são dispostas em ordem decrescente, e quanto ao grau de liquidez, os elementos são nelas registrados em grupos analíticos e subgrupos, os chamados sintéticos. Que serão os seguintes grupos: ativo circulante; ativo realizável em longo prazo; ativo permanente, dividido em investimentos, ativo imobilizado e ativo diferido. No passivo, as contas são classificadas também em grupos analíticos e subgrupos, os sintéticos. Que são seguintes grupos: passivo circulante; passivo exigível em longo prazo; resultados de exercícios futuros; patrimônio líquido, dividido em capital social, reserva de capital, reservas de reavaliação, reservas de lucros e lucros ou prejuízos acumulados.

De acordo com a lei 11.638/07, no ativo, as contas também serão dispostas em ordem decrescente e o grau de liquidez dos elementos é registrado e subgrupos sintéticos.

A mudança no ativo não ocorreu na estética da elaboração, mas nos grupos, agora existe o ativo circulante e não circulante e ativo realizável em longo prazo.

Já o ativo permanente é dividido em investimentos, imobilizado, diferido e agora possui um novo grupo chamado "intangível".

No ativo imobilizado, ocorreram mudanças significativas, pois os direitos que tenha por objeto bens corpóreos destinados à manutenção das atividades agora, incluem-se todas as operações que transfiram os benefícios, riscos inerentes e também são incluídos o controles desses bens.

No ativo diferido, incluem-se as despesas pré-operacionais e os gastos de reestruturação que irá contribuir para o aumento de resultado no exercício social. É

importante salientar que essa reestruturação não seja transformada em apenas uma diminuição dos custos ou um aumento na eficiência operacional.

E agora apareceu um novo grupo, o ativo intangível, que trata dos direitos obtidos sob os bens incorpóreos destinados à manutenção da empresa, ou exercícios que tenham a mesma finalidade, incluindo o fundo de comercio.

Os direitos serão classificados no intangível, pois o custo das operações de aquisição será deduzido do saldo da respectiva conta de amortização agora extinta.

Haverá uma significativa redução de valores dos elementos, agora com a nova classificação do ativo, nos respectivos elementos; ativo imobilizado, intangível, e diferido. Que obrigatoriamente terão que ser registrados periodicamente.

No passivo, as contas serão classificadas nos seguintes grupos: passivo circulante e não circulante; Passivo exigível a longo prazo; Resultados não realizados; dividido em capital social, reserva de capital, ajustes de avaliação patrimonial que entrou no lugar das reservas de reavaliação, as reservas de capital foi extintas junto com a reserva de incentivos fiscais, reservas de lucros, ações em tesouraria que fora incluído no Patrimônio líquido, e prejuízos acumulados.

Não são mais relevantes as avaliações pelo método de equivalência patrimonial, e agora com as alterações a Comissão de Valores Mobiliários, adequou critérios novos para contemplara a avaliação dos investimentos.

Ativo	Passivo
Ativo Circulante	Passivo Circulante
Ativo Não Circulante	Passivo Não Circulante
Realizável a Longo Prazo	Exigível a Longo Prazo
Investimentos	Resultados Não Realizados
Imobilizado	Patrimônio Líquido
Intangível	Capital Social
Diferidos	Reservas de Capital
	Reservas de Lucros
	Ajustes de Avaliação Patrimonial
	Ações em Tesouraria
	Prejuízos Acumulados

Figura 1 - A estrutura do balanço patrimonial segundo a lei 11.638/07

Fonte: FIPECAFI

3 A DVA COMO DEMONSTRATIVO ECONOMICO-SOCIAL

A empresa possui diversas formas direcionadas de mercado para exercer sua atividade, as compras as vendas, as diferentes formas de mão de obra utilizada dentre outros.

Com esse intuito a demonstração do valor adicionado, tem a função de identificar o valor da riqueza gerada pela entidade, e como essa riqueza foi distribuída entre os mais variados setores que contribuíram direta e indiretamente, para a geração de sua atividade.

A demonstração do valor adicionado é constituída da receita de venda deduzida dos custos dos recursos adquiridos de terceiros. É, portanto, o quanto a empresa gerou, e o que vai contribuir para a formação da riqueza que gerará o PIB do país.

Para começar sua atividade precisa de matéria prima daí as compras; para fabricar seu produto final precisa de mão de obra, e isso abrange entre assalariados a gestores, e para poder manter toda essa massa ela precisa vender o produto final.

O ambiente empresarial sofre pressões geradas pelas estruturas de mercado cada vez mais competitivas, fazem com que as empresas busquem aprimorar, constantemente seus objetivos em relação aos lucros e quanto à empresa deve retornar a sociedade, e ainda procurem sempre novos modelos administrativos que as tornem capazes de enfrentar constantes mudanças. Em função dessas exigências e da necessidade de resposta das empresas, começara a abordar como prioridade os funcionários e agentes sociais informando-os por publicações dos resultados que a empresa gerou.

Como ferramenta capaz de suprir essas necessidades é abordado pelos autores Neves e Viceconti, 2002.

A DVA é um instrumento contábil que visa à identificação da riqueza gerada pela empresa, a maneira que a entidade agrega valor à economia do país. Este demonstrativo surgiu tendo em vista que a Demonstração do Resultado do Exercício identifica apenas qual a parcela da riqueza criada que, efetivamente, permanece na empresa na forma de lucro, logo, não identifica as demais gerações de riqueza, bem como as demais demonstrações financeiras também não são capazes de identificar quanto de valor a entidade está adicionando ou agregando às mercadorias ou insumos que adquire. As demonstrações mencionadas não identificam, ainda, quanto e de que forma são distribuídos os valores adicionados ou agregados.

Braga (2003, p 118) define que: “A demonstração do valor adicionado é uma demonstração que evidencia a riqueza criada pela empresa durante determinado período de tempo e a forma de sua distribuição”.

A Demonstração do Valor Adicionado permite que as empresas prestem contas dos seus atos perante a sociedade, a seus sócios e demais colaboradores, além de ser importante para o ramo empresarial que no mercado quem cada vez mais esta atualizada tem mais vantagem.

Embora as informações geradas pela demonstração sejam de grande importância para que a empresa demonstre sua responsabilidade perante a sociedade.

É pequeno o número de empresas que o elaboram isto é explicável, pois a maioria das empresas não tem informação da sua existência, não tem preparo para a elaboração da mesma e, em alguns casos, não existe o interesse de publicarem.

Por isso, o objetivo deste trabalho foi o de elaborar e analisar a demonstração do valor adicionado e verificar qual a capacidade de geração de riqueza e a forma com que a mesma é distribuída pela empresa.

3.1 A estrutura da DVA

A demonstração de valor adicionado é uma demonstração contábil, e como toda demonstração se sujeita as normas vigentes da contabilidade. Como afirma Tinoco, 2001, p. 76, “As informações são extraídas da contabilidade e, portanto, deverão ter como base o principio contábil do regime de competência de exercícios”.

Ela é elaborada em duas etapas, que primeiro evidencia o quanto à empresa gerou para ser adicionado, ou seja, ela em primeira estância mostra suas receitas, deduzindo os insumos adquiridos para a realização da atividade, gerando o valor adicionado pela empresa. E em segundo se tem o valor a ser distribuído ou agregado pela empresa, redirecionando a cada setor a riqueza gerada pela empresa.

Para melhor entendimento a Fipecafi, desenvolveu uma estrutura onde se mostra o lugar de cada conta.

É importante ser ressaltado que esse modelo de estrutura não está totalmente formatado, pelo fato de que tal demonstração é uma técnica nova no Brasil, por isso não se desenvolveu por completo.

Quadro 1 – Estrutura Da DVA, Modelo de Demonstração do Valor Adicionado

Demonstração do Valor Adicionado Em R\$ mil (milhares de reais)		
Empresa	Pela legislação Societária	Em moeda constante
DESCRIÇÃO DAS CONTAS		
1-RECEITAS		
1.1 Vendas de mercadoria, produtos e serviços.		
1.2) Provisão p/devedores duvidosos – Reversão/(Constituição)		
1.3) Não operacionais		
2-INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (inclui ICMS e IPI)		
2.1) Matérias-Primas consumidas		
2.2) Custos das mercadorias e serviços vendidos		
2.3) Materiais, energia, serviços de terceiros e outros.		
2.4) Perda/Recuperação de valores ativos		
3 – VALORES ADICIONADOS BRUTO (1-2)		
4 – RETENÇÕES		
4.1) Depreciação, amortização e exaustão.		
5 - VALORES ADICIONADOS LÍQUIDO PRODUZIDOS PELA ENTIDADE (3-4)		
6 – VALORES ADICIONADOS RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA		
6.1) Resultado de equivalência patrimonial		
6.2) Receitas financeiras		
7 – VALORES ADICIONADOS TOTAL A DISTRIBUIR (5+6)		
8 – DISTRIBUIÇÕES DO VALOR ADICIONADO		
8.1) Pessoal e encargos		
8.2) Impostos, taxas e contribuições.		
8.3) Juros e aluguéis		
8.4) Juros s/ capital próprio e dividendo		
8.5) Lucros retidos / prejuízo do exercício		
* O total do item 8 deve ser exatamente igual ao item 7.		

Fonte: TINOCO (2001 pg. 75)

No Brasil, ainda não ter um modelo padrão para todas as empresas, um modelo mais utilizado na atualidade é o oferecido pelo FIECAFI (Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras, FEA/USP).

3.2 A obrigatoriedade da apresentação da DVA

A comissão de valores mobiliários adequou na nova legislação normas que visam melhorias às grandes companhias de capital fechado e sociedades abertas. Obrigando-as publicarem seus balanços de acordo com as normas e padrões técnicos internacionais, principalmente divulgarem a demonstração do valor adicionado.

Nessa nova lei são revogados alguns artigos da antiga lei, justamente os artigos que expõe os dispositivos contábeis que evidencia as empresas a geração e distribuição dos lucros. Nela são feitas disposições sobre a elaboração e divulgação das demonstrações.

Na lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007, o artigo 176 da lei 6.404, de 15 de dezembro de 1976, é estendida às sociedades de grande porte, modificado este artigo, excluindo a demonstração de origem e aplicação de recursos e fazendo valer a demonstração de fluxo de caixa e a demonstração do valor adicionado.

Com intuito de ter mais confiabilidade nas demonstrações financeiras, e também uma forma de fazer com que as empresas se tornassem mais redundantes as causas sócias.

No caso da demonstração do valor adicionado que é uma parte do balanço social, essa nova lei é uma forma de incentiva a elaboração e a publicação do balanço social.

Por outro lado pode ser observado o balanço social, pelo fato de ser uma fonte de informação, uma ferramenta de marketing para as empresas como afirma Tinoco, 2001 pg. 31. “O tipo de informação que a lei compele as empresas a fornecer aos seus trabalhadores e aos diferentes sindicatos de classe é do ponto de vista social relevante”.

Mesmo que não publiquem o balanço social, essa nova lei é uma forma de incentivar as grandes empresas a publicarem o balanço social como forma de agregar valores sociais as empresas diante dos olhos internacionais preocupados com as questões ambientais e socioeconômicas.

Para ASHLEY (2005, P.3).

(...) o mundo empresarial vê, na responsabilidade social, uma nova estratégia para aumentar seu lucro e potencializar seu desenvolvimento. Essa tendência decorre da maior conscientização do consumidor e conseqüente procura por produtos e praticas que gerem melhoria para o meio ambiente ou comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania.

No mundo empresarial se tem dado maior ênfase à demonstração do valor adicionado. Pelo valor que tem, e na forma de ser desenvolvida, pois são retirados os dados para elaboração, a partir de dados contábeis, expostos nas demonstrações de resultados, como a demonstração de resultado do exercício, demonstração de fluxo de caixa e o próprio balanço patrimonial.

Por esse motivo, ela funciona como se fosse uma prova real que é retirada das demonstrações, pois essa demonstração necessita de dados confiáveis e corretos.

Segundo a CVM, é uma riquíssima fonte de informação para as empresas que aderirem a ela, de forma abrangente ela aborda toda a real situação da empresa, apontado seu desempenho, considerando que essa demonstração só abrange as companhias abertas.

O mais interessante é que as empresas aderiram à lei que normaliza a lei, mais as empresas fazem a publicação apenas como um demonstrativo para os acionistas, ou seja, de forma voluntária, pois a legislação não obriga as empresas a publicarem essa demonstração como obrigação com o governo, objetivando restar contas.

Plano audacioso, pois as empresas que aderiram, o fizeram com intuito de chamar a atenção dos que não aderiram a esse tipo de demonstração.

4 A DVA COMO INSTRUMENTO DE AUXILIO NA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Atualmente o objetivo maior das empresas é, sem dúvida, a busca de competitividade.

Em meio a cenários de incertezas e instabilidades, a formalização de Planos Estratégicos se tornou a ferramenta mais utilizada para manter ou mesmo aumentar essa competitividade e participação das empresas que não se deixam ficar para trás, e procuram ser sempre dinâmicas e competitivas, acompanhando as mudanças deste mundo globalizado.

A demonstração do valor adicionado ou agregado é uma ferramenta gerencial muito importante, porque serve como base de dados para relatórios de outras demonstrações financeiras, evitando conclusões enganosas, destacando resultados quantitativos e qualitativos para o auxílio do usuário das demonstrações financeiras a entendê-las melhor, no caso o administrador da empresa.

Porque visa prestar esclarecimentos necessários de todas as informações dos recursos destacando a particularidade de ação do gestor.

O administrador das companhias tem um papel importante, pois cabe a ele publicar essa demonstração, informando a respeito do desempenho econômico da empresa aos acionistas e ao governo.

Também é papel dele informar sobre a contribuição social para com a comunidade, e quanta desta, sendo em função de sua atividade esta distribuído, para a sociedade em geral, e de que forma esta fazendo para que os interessados fiquem informados do quanto à empresa é importante.

Para De Luca (1998, p.28)

(...) a Demonstração do Valor Adicionado é um conjunto de informações de natureza econômica. É um relatório contábil que visa demonstrar o valor da riqueza gerada pela empresa e a distribuição para os elementos que contribuíram para sua geração.

Outra forma onde esta demonstração se destaca é através da utilização deste para evidenciar os benefícios socioeconômicos que as empresas trazem à sociedade, procurando demonstrar a importância da mesma na sociedade.

E nessa parte entra o gestor, responsável em ressaltar a importância da necessidade da publicação por parte da empresa.

Suas demonstrações e qual o impacto que ela proporciona aos seus diversos colaboradores e a toda a sociedade que é uma empresa trazendo benefícios, não somente aos sócios, mas uma comunidade em geral, mesmo de forma indireta.

A criação de um projeto como este, significa para a empresa mais uma vez, sair na frente dos concorrentes, e entrar de vez neste mundo globalizado, buscando o que já faz parte da realidade das empresas de sucesso nos dias atuais.

Afinal de contas, a competitividade na atualidade é muito grande e a tendência é ser ainda maior e, num futuro não muito distante, só as empresas fortes estrategicamente serão suficientemente competitivas para sobreviver.

A implantação de um modelo de gestão estratégica nas empresas acontecerá de maneira simples, apenas organizando formalmente o que a empresa já dispõe que são as demonstrações financeiras.

No entanto, a predisposição das medidas a serem adotadas está relacionada ao envolvimento dos gestores com o intuito de reversão das estratégias para a maximização dos lucros da empresa em atividades que interaja a sociedade como aliada também dependente da empresa.

Como sugere Tinoco (2001. p, 65).

A elaboração e a divulgação da demonstração do valor adicionado (DVA) pelas empresas em muito enriqueceria a informação contábil e social, sendo de importância vital para todos que se dedicam à atividade de analisar demonstrações contábeis/financeiras das organizações.

Com tantas mudanças como vem ocorrendo, imaginar que ser líder de mercado, é ser o competitivo com mais chance de sair na frente, mais ser inovador, se torna uma tarefa cada vez difícil.

O custo para implantação da gestão estratégica utilizando a demonstração do valor adicionado será mínimo, pois, se trata de um modelo de educação e conscientização estratégica para a empresa, mantendo a mesma estrutura estabelecida, apenas organizando uma nova forma de trabalhar com a análise que se tem das demonstrações. Contudo, mudando de postura e atitudes, inovando, aprimorando a visão de mercado.

Para isso precisa-se contar com a colaboração dos dirigentes e colaboradores, o que não será difícil em meio a tantas coisas boas que se pode trazer de retorno para a gestão estratégica.

4.1 A Diferença da DVA e da DRE

A demonstração do valor adicionado mostra toda a riqueza líquida, somado às receitas recebidas em transferência, a partir desse ponto demonstrará o total dos recursos distribuídos e o que será distribuído, de que maneira essa riqueza gerada pela empresa será distribuída.

Uma demonstração que todas as empresas deveriam elaborar e publicar sua a demonstração do valor adicionado ou agregado, uma peça fundamental que complementar o Balanço Social, e demonstra os objetivos e as responsabilidades da empresa na sociedade e com ambiente em geral. Tem como objetivo demonstrar a responsabilidade da empresa para

com a sociedade e com o meio ambiente e com o objetivo geral proposto, demonstrar de forma clara as principais fontes de geração de riqueza.

A necessidade de instrumentos Contábeis mais transparentes, juntamente, com a relação intersocial existente com a globalização de mercado exige conhecimentos adicionais, que podem ser identificados na DVA. Não se desprezando o lucro é claro, pelo fato de ser uma característica fundamental da continuidade das empresas. (FIECAFI, 2003).

A publicação da distribuição do valor adicionado evidencia a contribuição da entidade para a sociedade, este tipo de informação é uma forma de avaliar o desenvolvimento empresa no local onde esta alojada.

A participação no desenvolvimento regional estimula a continuidade de suas atividades gerando com isso subsídios e incentivos fiscais.

A demonstração do resultado do exercício expõe o aumento e a redução que ocorreu no Patrimônio Líquido devido às operações na empresa que apresenta quanto foi o Lucro obtido durante o período, mas é uma demonstração voltada apenas aos donos da empresa.

A demonstração do resultado do exercício está voltada a determinado tipo de usuário (proprietário, sócio ou acionista) que conhecer o resultado líquido da empresa em determinado período, bem como avalia a parte da riqueza criada pela empresa que se destina ao proprietário (detentor de contas ou ações).
(Revista brasileira de contabilidade)

Na demonstração de resultado do exercício, as empresas usam a receita obtida a partir das vendas de um determinado período, deduzindo suas despesas.

Para melhor entendimento da diferença entre as demonstrações, segue um exemplo simples apresentado.

Quadro 2 - Modelo sintético de DRE

Demonstração de resultado do exercício	
Receita com vendas	100.000,00
(-) Juros de capital de terceiros	50.000,00
(-) despesas diversas	20.000,00
= lucro bruto	30.000,00

Fonte: A autora.

No exemplo acima esta abordada um exemplo simples da demonstração de resultado do exercício, nele é abordado uma situação onde só apurado o lucro do exercício, e não de que forma ele é direcionado. A seguir será o mesmo exemplo, mais apresentado com em conformidade com a demonstração do valor adicionado.

Quadro 3 - Modelo Sintético de DVA

Demonstração de valor adicionado	
Valor adicionado gerado	
Receita com vendas	100.000,00
Distribuição do valor adicionado	
Remuneração de capital de terceiros	50.000,00
Despesas diversas	20.000,00
Total adicionado	30.000,00

Fonte: A autora.

O exemplo acima elaborado a partir de simulações feitas por Eliseu Martins, mostrou como a demonstração de resultado, apenas evidencia dados referentes ao lucro da empresa, dando apenas prioridade a informações, que apenas harmoniza poucos interesses, como o gestor para tomada de decisões, e sócios e acionistas para saber quanto de lucro a empresa gerou.

Diferentemente a demonstração de valor adicionado busca evidenciar como é gerado o lucro, e como esta dividida.

Gerando informações ainda mais relevantes para os gestores, sócios e acionistas, e também a uma grande massa de usuários externos que diretamente estão apreensivos por tais informações.

4.2 Elaboração da Demonstração de Valor Adicionado (DVA)

A Demonstração do Valor Adicionado é um conjunto de informações de natureza econômica. É um relatório contábil que visa demonstrar o valor da riqueza gerada pela empresa e a distribuição para os elementos que contribuíram para sua geração. (DE LUCA, 1998, p. 28).

É importante destacar que esse relatório assume posição de vanguarda junto às demonstrações financeiras divulgadas pela empresa, pois caracteriza-se como elemento de informação primordial quanto a questão ética por ela propagada, ao evidenciar o quanto de riqueza produziu e [...] quanto foi adicionado (agregado) de valor e de que forma foi distribuída esta riqueza[...]” (IUDÍCIBUS et. al. 2003, p.77) ao meio que utilizou.

A construção desse relatório ocorre através de informações colhidas junto ao Sistema Contábil e a sua estruturação se faz em duas partes:

4.2.1 Primeira Parte – Apuração do Valor Adicionado:

A primeira parte da DVA tem como objetivo detectar o Valor Adicionado gerado pela empresa é preciso entender que o “Valor Adicionado” ou “Riqueza criada pela empresa” seja ela industrial, prestadora de serviços ou comercial, advém do esforço que a empresa faz para ter seu produto, mercadoria ou serviço, de acordo com as necessidades de seu cliente.

Empresa XYZ Demonstração do Valor Adicionado (DVA) Exercício 200X		
Apuração do Valor Adicionado	R\$	%
+ Receita Bruta		
Vendas de Produtos, Mercadorias ou Serviços	5.300.000,00	
- Aquisição de Materiais e Serviços de Terceiros	(1.400.000,00)	
= Valor Adicionado da Atividade Produtiva	3.900.000,00	93
+ Riqueza Transferida de Terceiros		
Receita Financeira	160.000,00	
Receita Equivalência Patrimonial	140.000,00	
= Valor Adicionado dos Negócios	300.000,00	7
= Valor Adicionado Total	4.200.000,00	100

FIGURA 2 – Demonstração do Valor Adicionado (Parte I)
FONTE: De Luca (1998, p. 33).

- a) A Receita Bruta é composta pelas vendas de mercadorias, produtos ou serviços que a empresa gerou num determinado período, ou seja, o faturamento bruto da empresa (incluindo-se os impostos).
- b) A aquisição de materiais e serviços de terceiros são aqueles utilizados para a produção do produto. Nesse valor, inclui-se a compra e todos os gastos gerados para a fabricação desse produto, ressalva que essa é bruta, ou seja, consideram-se os impostos (recuperáveis ou não).
- c) O Valor Adicionado da Atividade Produtiva é a Receita Bruta deduzido da aquisição de materiais e serviços de terceiros. Seguindo a Figura 2, esse valor corresponde a 93% do Valor Adicionado Total.
- d) A Riqueza Transferida de Terceiros inclui a Receita Financeira e a Receita de Equivalência Patrimonial.
- e) O Valor Adicionado dos Negócios é a soma da receita financeira e a receita de equivalência patrimonial. Conforme o exemplo, esta riqueza representa 7%.
- f) O Valor Adicionado Total é a soma do Valor Adicionado da Atividade Produtiva ao Valor Adicionado dos Negócios, do qual totaliza 100% de toda a riqueza gerada pela empresa.

Assim, pode-se exemplificar da seguinte maneira: uma indústria de confecção ao comprar o tecido de algodão para realizar a produção de camisas, deverá retirar de sua receita bruta o gasto com o custo dessa matéria-prima adquirida de terceiros adicionada com os impostos, pois em cada setor que essa matéria-prima passou, antes de ser adquirida pela indústria de confecção, foi tendo seu valor agregado – o agricultor ao plantar o algodão adicionou a safra mão-de-obra, insumos, maquinários etc., ao fazer à venda de sua matéria-prima à indústria têxtil que transformou o algodão em tecido, houve nova geração de riqueza, novos “esforços” foram adicionados.

O Valor Adicionado é a riqueza que a empresa cria ao meio que habita na busca de seus objetivos, sejam eles operacionais ou não.

4.2.2 Segunda Parte – Distribuição do Valor Adicionado

Apurado o Valor Adicionado, a segunda parte é a distribuição dessa riqueza proporcional a cada um dos *stakeholders*.

Distribuição do Valor Adicionado		R\$	%
+ Colaboradores			
Folha de Pagamento	1.080.000,00		
Bolsa Auxílio (Estagiários e outros)	20.000,00		
Terceirizados	40.000,00		
= Valor Adicionado dos Colaboradores	1.140.000,00		27
+ Financiadores			
Fornecedores	200.000,00		
Instituições Financeiras	90.000,00		
= Valor Adicionado dos Financiadores	290.000,00		7
+ Governo			
Impostos	1.400.000,00		
= Valor Adicionado do Governo	1.400.000,00		33
+ Acionistas			
Dividendos	190.000,00		
Lucros Retidos	620.000,00		
= Valor Adicionado dos Acionistas	810.000,00		19
+ Participação Sócio-Ambiental			
Meio Ambiente	500.000,00		
Programas sociais	60.000,00		
= Valor Adicionado Sócio-Ambiental	560.000,00		13
= Valor Adicionado Total	4.200.000,00		100

FIGURA 3 – Demonstração do Valor Adicionado (Parte II)

FONTE: De Luca (1998, p. 33).

- Colaboradores** representam toda a mão-de-obra necessária para que os produtos, mercadorias e/ou serviços sejam gerados. Esse Valor Adicionado representa 27% segundo o exemplo (Figura 3).
- Financiadores** incluem-se os valores de juros e despesas financeiras, o Valor Adicionado é de 7% (Figura 3).
- Governo** indica todos os impostos, taxas e contribuições a serem pagas para os cofres públicos. Esse valor corresponde a 33% (Figura 3).
- Acionistas** são formados pelos dividendos e pelos lucros retidos. Os lucros retidos estão incluídos os destinados às Reservas de Lucros. O Valor Adicionado desse item representa o percentual de 19, conforme Figura 3.

- e) **Participação Sócio-Ambiental** Ao analisar a distribuição da riqueza contida na DVA, cabe incluir esse item devido ter se tornado um fator importante para as empresas, como uma forma de resposta de suas ações sociais e, também, ter se tornado uma exigência da própria sociedade.
- f) **Projetos Sociais** refere-se aos programas de responsabilidade social na qual a empresa presta serviços voluntários à sociedade. O Valor Adicionado desse elemento corresponde a 13% da distribuição da riqueza total.

Desse modo, a Distribuição do Valor Adicionado, é a soma da destinação da riqueza aos Colaboradores, Financiadores, Governo, Acionistas e Participação Sócio-Ambiental, formando o Valor Adicionado Total de 100%.

4.3 Considerações sobre a DVA na Responsabilidade Social

O Valor Adicionado ou Valor Agregado procura evidenciar para quem a empresa está canalizando a renda obtida; ou ainda, admitindo que o valor o qual a empresa adiciona através de sua atividade seja um “bolo”, para quem estão sendo distribuídas as fatias do bolo e de que tamanho são essas fatias. (IUDÍCIBUS e MARION, 2006, p. 78).

A partir do exemplo exposto na figura 2 e realizando considerações sobre a distribuição percentual apresentada, têm-se as seguintes possibilidades que permitem a análise da posição da empresa com relação ao meio que usa na responsabilidade social:

- 1. Colaboradores x Acionistas:** Do Valor Adicionado pela empresa 27% seriam distribuídos aos Colaboradores (Funcionários e Mão-de-Obra Terceirizada) e 19% aos Acionistas. Identifica que a empresa tem uma política de distribuição de sua riqueza não concentrando-a nos proprietários.
- 2. Diretores/Acionistas e Juros:** Admitindo que os diretores não moram na cidade e que os juros não se reverterão em favor do município, são 26% ou R\$ 1.100.000 (Figura 3) que estarão deixando de ser aplicados em favor do local onde a empresa atua.
- 3. Governo (Impostos)** – É necessário observar que pelo exemplo seguido 33% do Valor Adicionado estão sendo direcionados ao Governo. Esse valor precisa de um acompanhamento para verificar qual a parcela do Município, do Estado e da União,

pois é preciso verificar as políticas governamentais que estão sendo aplicadas com esses recursos em prol do município, quanto às questões sociais, econômicas e ambientais.

Outras análises poderiam ser realizadas, mas essas identificam a importância desse relatório, alimentado pelas informações contábeis, na identificação da Responsabilidade Social Empresarial, pois não são novas as destinações de recursos das empresas para cunho social, a grande novidade que também engrandece a contabilidade é que essas aplicações de recursos poderão agora serem evidenciadas de forma prática e “formal” por meio da DVA, a própria contabilidade a partir da Lei 11.638/07 trabalha a informação contábil não mais como dados passados e sim como dados presentes, surgindo a necessidade do registro do “intangível” como parte do patrimônio das entidades.

Pela Demonstração do Valor Adicionado pode-se demonstrar grandes investimentos sociais afirmando a grande necessidade do compromisso social das empresas com a responsabilidade social, tendo como grande beneficiada a sociedade de um modo geral, contribuindo desta forma na formação da cidadania, da dignidade e de mais oportunidades na geração de renda e qualificação profissional para as pessoas.

Quando se trata de responsabilidade social o comprometimento corporativo social tende a agregar valor às operações da empresa, e a existência de uma ferramenta que permita avaliar o grau de comprometimento da empresa com o saneamento dos problemas sociais é a DVA. Num país como o Brasil, onde a desigualdade ainda é muito grande seu uso tem sido incentivado, por conter informações relevantes como: evidenciar a quem se destina o recurso, em quais quantidades e as parcelas da riqueza gerada. Apesar de ser um demonstrativo novo e obrigatório a DVA pode não dirimir todos os problemas e deficiências pelo qual foi criada, mas já é considerada um grande instrumento de auxílio na Responsabilidade Social Empresarial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse trabalho buscou-se esclarecer a importância da Responsabilidade Social como fator primordial para o crescimento de uma organização, onde a distribuição de sua riqueza,

de forma geral, não somente no âmbito interno, como fator exclusivo dos acionistas, mas do meio que ajudou a criá-la.

As empresas devem elaborar e publicar a quantificação de sua atitude responsável perante a comunidade, por meio do Balanço Social. A informação que o Balanço Social oferece, e a qual se tornou o objetivo dessa pesquisa, é a Distribuição do Valor Adicionado. A geração de toda a riqueza e sua distribuição de forma mais transparente aos *stakeholders*.

A evidência dessa riqueza tornou-se obrigatória com a DVA, pela Lei Federal nº. 11.638 de 2007, como determinado em seu artigo 176. A DVA está contida, de forma indireta, no Balanço Social, demonstrada apenas pelos valores percentuais da distribuição aos funcionários, governo, financiadores, social e meio ambiente, onde não se conhece a origem do mesmo. A forma didática de elaboração da DVA é a maneira de evidenciar e conhecer cada percentual aplicado junto ao meio que a empresa utiliza.

Destaca-se a importância da contabilidade para elaboração da DVA. Assim, verificou-se que a empresa só conseguirá expor, de forma clara e transparente, a distribuição de sua riqueza através da DVA, se existir em sua essência um Sistema Contábil eficiente que visa à garantia do bem-estar social e a preservação do meio ambiente, ao tornar esse relatório público para os *stakeholders* tem-se a clareza das atitudes organizacional, essas construídas sobre ética e clareza, fatores precípuos que demonstram a conscientização da Responsabilidade Social Empresarial.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida. (Coord.). **Ética e Responsabilidade Social nos negócios**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BRANDT, Valnir Alberto. Ética e Responsabilidade Social. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Paraná**. Paraná, n. 133, p. 29-34, mai./ago. 2002.

BRAGA, Hugo Rocha. **Demonstrações Contábeis**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BRASIL. Lei nº. 11.638, de 28 de dezembro de 2007. **Site da Presidência da República do Brasil**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20072010/2007/Lei/L11638.htm>. Acesso em 25 jul. 2009.

CAETANO, Márcia Lenita Vitória; FISTAROL, Mauro César. **Balço Social: Responsabilidade Social nas Organizações.** Disponível em: <<http://www.google.com.br/search?hl=ptBR&q=balan%C3%A7o+social+responsabilidade+socia+nas+organiza%C3%A7%C3%B5es&meta=>>>. Acesso em: 20 julho. 2009.

CARVALHO, Márcia Maria Andrade de. **Origem e trajetória da idéia de responsabilidade social das empresas: do início do século até os anos 70.**

Disponível em:

<<http://www.ucsal.br/veritati/files/V3%20%2006%20%20M%C3%A1rcia%20Maria%20Andrade%20de%20Carvalho.pdf>>. Acesso em 17 Junho. 2009.

CUNHA, Jacqueline Veneroso Alves da; RIBEIRO, Maisa de Souza. **Evolução e Estrutura do Balço Social no Brasil e Países Selecionados: um Estudo Empírico.** Disponível em: <<http://www.google.com.br/search?hl=ptBR&q=EVOLU%C3%87%C3%83O+E+ESTRUTURA+DO+BALAN%C3%87O+SOCIAL+NO+BRASIL+E+PA%C3%8DSES+SELECIONADOS&meta=>>>. Acesso em: 17 junho. 2009.

DE LUCA, Márcia Martins Mendes. **Demonstração do Valor Adicionado:** do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB. São Paulo: Atlas, 1998.

FERRELL, O. C.; FRAEDRICH, John; FERRELL, Linda. **Ética empresarial:** dilemas, tomadas de decisões e casos. Tradução [da 4ª ed. original] Cecília Arruda. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2001.

FIPECAFI, Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis Atuarias e Financeiras.

FREY, Márcia Rosane; FREY, Irineu Afonso. O papel do balanço social na difusão responsabilidade social empresarial. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade de São Paulo.** São Paulo, n. 32, ano IX, p. 32-51, jun./ago. 2005.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade:** Para o nível de graduação. 4 ed.; São Paulo: Atlas, 2006.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos; PEREIRA, Elias. **Dicionário de termos de contabilidade.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

KROETZ, César Eduarde e COSENZA, José Paulo. *Considerações sobre a eficácia do valor adicionado para a mensuração do resultado econômico e social.* **Revista do Conselho regional de Contabilidade do Paraná.** Ano 29 nº. 138 – 1º Quadrimestre de 2004.

LOURENÇO, Alex Guimarães; SCHROLDER, Débora de Souza. **Vale investir em responsabilidade social?** Disponível em:

<http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/premio_ethos_valor/trabalhos/300_Alex_e_Debora.doc>. Acesso em: 17 junho. 2009

MATARAZZO, Dante C. **Análise Financeira de Balanços.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARION, José Carlos. **Análise das demonstrações contábeis.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, Uadson Ulisses Marques. **Stakeholders e as Organizações**. Disponível em: <<http://www.fiescnet.com.br/senai/conhecimento/arquivos/anais/DraAline/STAKEHOLDER SEASORGANIZACOES.pdf>>. Acesso em 17 junho. 2009.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

NEVES, Silvério das, VICECONTI, Paulo Eduardo V. **Contabilidade Avançada e análise das Demonstrações Financeiras**. 13 ed. São Paulo: Frase Editora, 2004.

PASSADOR, Claudia Souza. **A responsabilidade social no Brasil: uma questão em andamento**. Disponível em: <<http://unpan1.un.org/intrados/groups/public/documents/CLAD/clad0044201.pdf>>. Acesso em: 08 jul. 2009.

PINTO, Luiz Fernando da Silva Pinto. **Gestão-cidadã: ações estratégicas para a participação social no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

REIS, Arnaldo. **Demonstrações Contábeis**. 3 ed. São Paulo: Saraiva 2003.

Responsabilidade Social. **Site do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social**. São Paulo-SP. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em 17 jul. 2009.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Geral fácil**. 4 ed. São Paulo: Saraiva 2005.

RODRIGUES, Sérgio Augusto Santos. **Responsabilidade social empresarial**. Disponível em: <http://www.apimecmg.com.br/artigos/644_Sergio%20A%20S%20Rodrigues%20_S et%202007_.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2009.

SANTOS, Ariovaldo dos. **Demonstração do Valor Adicionado: como elaborar e analisar a DVA**. São Paulo: Atlas, 2003.

SAIR DA CASCA, 2009. **Site Desenvolvido pela empresa de consultoria Sair da Casca**. Disponível em: <<http://www.sairdacasca.com>>. Acesso em: 20 jul. 2009.

SILVA, José Pereira da. **Análise Financeira de Balanços. Abordagem básica e gerencial**. 6º ed. São Paulo: ATLAS, 2003.

SILVA, Fernanda Rosa da; TORRES JÚNIOR, Fabiano. Balanço social: uma ferramenta de gestão. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, n. 130, p. 50-61, set. 2007

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Uma Abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações**. 1 ed. São Paulo: EDITORA ATLAS S.A 2001.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza. (Org.). **Balanço Social: teoria e prática: inclui o novo modelo do IBASE**. São Paulo: Atlas, 2001.